

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до виконання контрольних робіт з курсу

«Маркетингова цінова політика»

для студентів економічного факультету
напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг»
заочної форми навчання

Затверджено
редакційно-видавничою
радою університету,
протокол № 1 від 04.06.2014

Харків
НТУ «ХПІ»
2014

Методичні вказівки до виконання контрольних робіт з курсу «Маркетингова цінова політика» для студентів економічного факультету напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг» заочної форми навчання / уклад.: Кітченко О.М. – Х. : НТУ «ХП», 2014. – 28 с.

Укладач О.М. Кітченко

Рецензент М. І. Ларка

Кафедра економіки і маркетингу

ВСТУП

У сучасних ринкових умовах перед усіма комерційними та багатьма некомерційними організаціями однією з основних є проблема визначення ціни на свої товари (послуги). Керівники вітчизняних підприємств змушені приймати рішення з ціноутворення в умовах невизначеності наслідків таких рішень. Невизначеність часто пов'язана не стільки з недосконалістю господарського механізму і законодавства, скільки із браком економічних, комерційних знань і практичного досвіду. Така ситуація призводить до того, що багато підприємств внаслідок недостатнього аналізування критичних для виживання факторів зовнішнього середовища (поведінка споживачів, способи та методи роботи конкурентів, зміна кон'юнктури ринку, поява нових товарів тощо) постійно змушені працювати в умовах підвищеного ризику.

Методи маркетингового ціноутворення дають змогу ефективно пристосувати виробництво до умов зовнішнього середовища, насамперед до запитів і вимог споживачів. Для того щоб використовувати маркетингове ціноутворення як надійний інструмент досягнення успіху на ринку, необхідно опанувати його методологію та вміти творчо використовувати її залежно від конкретної ситуації.

Головною метою дисципліни «Маркетингова цінова політика» є формування у студентів цілісного уявлення проблем розроблення та реалізації маркетингової цінової політики, висвітлення питань щодо встановлення цін на нові та традиційні товари (послуги), які виробляють (надають) підприємства, фірми.

Основним завданням дисципліни є вивчення та аналізування маркетингових процесів ціноутворення.

Для поглибленого вивчення дисципліни рекомендовано використовувати періодичне видання журналу “Економіка України” та “Фінанси України” в яких висвітлено сучасний стан і шляхи подальшого розвитку економіки України, а також дані офіційних сайтів: Парламенту України, Уряду України, Міністерства економіки України, Національного банку України, Міністерства фінансів України, Європейського Союзу і таке ін.

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Контрольна робота складається з двох теоретичних запитань та однієї задачі. Під час вибору варіанта роботи студент повинен керуватися такими умовами: номер варіанта роботи відповідає порядковому номеру студента за списком у журналі. При написанні роботи потрібно розкрити суть теоретичних запитань, проаналізувати основні проблеми, що стосуються цих питань та визначити основні перспективи вирішення проблемних питань. Під час розв'язання задачі необхідно надати алгоритм розв'язання та привести необхідні розрахунки.

ОФОРМЛЕННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

Контрольна робота виконується у зошиті (якщо студент володіє розбірливим почерком) або на листах формату А4 печатним текстом. Оформлення здійснюється відповідно до затвердженого стандарту. Приклад титульного аркуша наведений у додатку 1.

Якість виконаної контрольної роботи, її самостійність враховується при оцінці загальної роботи над курсом.

ПРИКЛАДИ РОЗВ'ЯЗАННЯ ЗАДАЧ

Задача 1. Аналіз складу та структури роздрібної ціни

За вихідними даними, що подаються у табл. 1, необхідно визначити:

- прибуток підприємства від реалізації одиниці продукції;
- гуртову ціну підприємства;
- відпускну ціну підприємства (з ПДВ);
- націнку гуртового посередника;
- відпускну ціну гуртового посередника;
- націнку роздрібного посередника;
- роздрібну ціну;
- структуру роздрібної ціни;
- суму ПДВ, яку сплачує у бюджет кожен із учасників каналу збуту.

Таблиця 1 – Вихідні дані до задачі 1

Показники	Значення
Повна собівартість одиниці продукції, грн	90
Рентабельність, %	10
Акциз, грн	25
ПДВ, %	20
Націнка гуртового посередника до відпускної ціни підприємства, %	22
Націнка роздрібного посередника до відпускної ціни гуртового посередника, %	15

Рекомендації до розв'язування

1. Прибуток виробника від реалізації одиниці продукції:

$$\pi = CC \cdot \frac{R}{100} = 90 \cdot \frac{10}{100} = 9 \text{ грн.}$$

2. Гуртова ціна виробника:

$$\text{ГЦВ} = CC + \pi = 90 + 9 = 99 \text{ грн.}$$

3. Відпускна ціна виробника (з ПДВ):

$$\text{ВЦВ} = (\text{ГЦВ} + A) \cdot \frac{100 + \text{ПДВ, \%}}{100} = (99 + 25) \cdot \frac{100 + 20}{100} = 148,8 \text{ грн.}$$

4. Націнка гуртового посередника:

$$\text{НГП} = \text{ВЦВ} \cdot \frac{\text{НГП, \%}}{100} = 148,8 \cdot \frac{22}{100} = 32,74 \text{ грн.}$$

5. Відпускна ціна гуртового посередника:

$$\text{ВЦГП} = (\text{ГЦВ} + A + \text{НГП}) \cdot \frac{100 + \text{ПДВ, \%}}{100} = (99 + 25 + 32,74) \cdot \frac{100 + 20}{100} = 188,09 \text{ грн.}$$

6. Націнка роздрібного посередника:

$$\text{НРП} = \text{ВЦГП} \cdot \frac{\text{НРП, \%}}{100} = 188,09 \cdot \frac{15}{100} = 28,21 \text{ грн.}$$

7. Роздрібна ціна:

$$\text{РЦ} = (\text{ГЦВ} + \text{А} + \text{НГП} + \text{НРП}) \cdot \frac{100 + \text{ПДВ, \%}}{100} = (99 + 25 + 32,74 + 28,21) \cdot \frac{100 + 20}{100} = 221,94 \text{ грн.}$$

8. Структура роздрібно ціни:

Одиниці виміру	Собівартість	Прибуток	Акциз	Націнка гуртового посередника	Націнка роздрібного посередника	ПДВ	Разом роздрібна ціна*
грн	90	9	25	32,74	28,21	36,99	221,94
%	40,55	4,06	11,26	14,75	12,71	16,67	100

*роздрібну ціну беремо за 100 % і вираховуємо частки окремих складових у цій ціні).

9. Сума ПДВ, яку сплачує у бюджет кожен з учасників каналу збуту:

- сума ПДВ, яку має сплатити виробник:

$$\text{ПДВ}_1 = \text{ВЦВ} \cdot \frac{100 + \text{ПДВ, \%}}{100 + \text{ПДВ, \%}} = 148,8 \cdot \frac{20}{100 + 20} = 24,8 \text{ грн.}$$

- сума ПДВ, яку має сплатити гуртовий посередник:

$$\text{ПДВ}_2 = \text{ВЦГП} \cdot \frac{\text{ПДВ, \%}}{100 + \text{ПДВ, \%}} = 188,09 \cdot \frac{20}{100 + 20} = 31,35 \text{ грн.}$$

з них виробником вже сплачено 24,8 грн; отже, підлягає сплаті

$$31,35 - 24,8 = 6,55 \text{ грн.}$$

- сума ПДВ, яку має сплатити роздрібний посередник:

$$\text{ПДВ}_3 = \text{РЦ} \cdot \frac{\text{ПДВ, \%}}{100 + \text{ПДВ, \%}} = 221,94 \cdot \frac{20}{100 + 20} = 36,99 \text{ грн.}$$

з них попередніми учасниками каналу збуту вже сплачено 31,35 грн.; отже підлягає сплаті

$$36,99 - 31,35 = 5,64 \text{ грн.}$$

Задача 2. Склад та структура собівартості

Визначити відпускну ціну машини, якщо відомі такі витрати

Таблиця 2 – Вихідні дані до задачі 2

№ з/п	Витрати		
1	Основні матеріали	грн	3450
2	Покупні н/ф	грн	340
3	Зворотні відходи	%	2
4	Трудомісткість виготовлення машини	н-г	230
5	Середній розряд робіт		3,3
6	Витрати на утримання і експлуатацію обладнання	%	150
7	Загальновиробничі витрати	%	109
8	Втрати від браку	%	2
9	Інші витрати	%	1
10	Адміністративні витрати	%	21
11	Витрати на збут	грн	1250
	При реалізації	шт.	560
12	Нормативний прибуток	%	23,5

Рекомендації до розв'язування

1. Сировина та матеріали

Витрати на основні матеріали (B_m) і напівфабрикати власного виробництва ($B_{нф}$) визначаються за формулами:

$$B_m = K_{тз} \cdot \sum_{i=1}^{i=m} H_{Bmi} \cdot \Pi_i - B_{зв}, \quad (1)$$

$$B_{\text{нф}} = \sum_{i=1}^{i=m} H_{\text{внф}i} \cdot C_{\text{вп}i} , \quad (2)$$

де $K_{\text{тз}}$ – коефіцієнт, що враховує транспортно-заготівельні витрати на матеріали ($K_{\text{т}}=1,08 - 1,1$); $H_{\text{вм}i}$ – норма витрат на одиницю виробу матеріалу i -го виду (у прийнятих одиницях виміру); Πi – ціна одиниці i -го виду матеріалу, грн; $B_{\text{зв}}$ – вартість зворотних відходів, грн (приймається на рівні 1–2 % від суми витрат на основні матеріали з урахуванням транспортно-заготівельних витрат); m – кількість видів основних матеріалів у виробі; $H_{\text{внф}i}$ – норма витрат на одиницю виробу напівфабрикату власного виробництва i -го виду; $C_{\text{вп}i}$ – виробнича собівартість одиниці i -го виду напівфабрикату власного виробництва, грн; n – кількість видів напівфабрикатів власного виробництва у виробі.

2. Розрахунок витрат на закупні комплектуючі й напівфабрикати

Розрахунок цих витрат виконують за формулою:

$$B_{\text{ПК}} = K_{\text{тз}} \cdot \sum_{j=1}^{j=n} \Pi_{nj} \cdot N_{nj} , \quad (3)$$

де $K_{\text{тз}}$ – коефіцієнт, що враховує транспортно-заготівельні витрати на закупні комплектуючі ($K_{\text{т}}=1,05 - 1,07$); Π_{nj} – ціна одиниці j -го виду закупних комплектуючих, грн; N_{nj} – кількість закупних комплектуючих j -го виду на виріб, шт.; n – кількість видів закупних комплектуючих на виріб, шт.

3 Розрахунок основної заробітної плати

Основна заробітна плата визначається як:

$$Z_o = Z_{\text{п}} + Д + Z_{\text{н}} , \quad (4)$$

де $Z_{\text{п}}$ – пряма заробітна плата основних виробничих робітників, грн; $Д$ – доплати до прямої заробітної плати, грн; $Z_{\text{н}}$ – вартість продукції, що видана у порядку натуральної оплати, грн. (у даних розрахунках $Z_{\text{н}}$ не розраховується).

Пряма заробітна плата на одиницю виробу розраховується за формулою:

$$Z_{\text{п}} = \sum_{i=1}^{i=k} C_{\text{ч}i} \cdot K_{\text{тср}} \cdot t_i , \quad (5)$$

де $C_{ч1}$ – годинна тарифна ставка першого розряду, грн (прийняти встановлену на період виконання завдання 5 грн); K_{Tcp} – тарифний коефіцієнт середнього розряду i -го виду робіт; t_i – трудомісткість i -го виду робіт на одиницю виробу; k – кількість видів робіт.

Годинна тарифна ставка першого розряду визначається таким чином:

$$C_{ч1} = \frac{З_{мін} \cdot K_{гy}}{\Phi_{дміс}}, \quad (6)$$

де $З_{мін}$ – мінімальна заробітна плата, встановлена кабінетом міністрів України під час виконання завдання; $K_{гy}$ – коефіцієнт генеральної угоди між кабінетом міністрів України та профспілками (прийняти $K_{гy}=1,2$); $\Phi_{дміс}$ – дісний місячний фонд часу робочого:

$$\Phi_{дміс} = n_{рд} \cdot T_{рд} \quad (7)$$

де $n_{рд}$ – кількість робочих днів в місяці (зазвичай 20 – 22 робочих дні); $T_{рд}$ – тривалість робочого дня 8 год.

Тарифний коефіцієнт середнього розряду визначається методом інтерполяції за формулою:

$$K_{Tcp} = K_i + (K_{i+1} - K_i) \cdot \gamma \quad (8)$$

де K_i – тарифний коефіцієнт попереднього розряду; K_{i+1} – тарифний коефіцієнт наступного розряду; γ – дробова частина розряду.

У табл. 3 наведені тарифні коефіцієнти.

Таблиця 3 – Тарифні коефіцієнти

Розряд робіт	1	2	3	4	5	6	7	8
Тарифний коефіцієнт	1	1,1	1,35	1,5	1,7	2,0	2,2	2,4

Тарифний коефіцієнт середнього розряду 3,6 визначається як:

$$K_{T3,6} = K_{T3} + 0,6 \cdot (K_{T4} - K_{T3}) = 1,35 + 0,6 \cdot (1,5 - 1,35) = 1,46,$$

де K_{T3} і K_{T4} – тарифні коефіцієнти 3 і 4 розрядів відповідно.

4. Додаткова заробітна плата, Z_d

Додаткова заробітна плата виробничих робітників розраховується пропорційно сумі основної заробітної плати. У контрольній роботі цю величину варто взяти у розмірі 20 % від Z_o .

$$Z_d = Z_o \cdot 0,2. \quad (9)$$

5. Відрахування на соціальні заходи, $Z_{соц}$

Розподіляються на собівартість пропорційно основній і додатковій заробітній платі та містять у собі:

- відрахування у пенсійний фонд ($O_{пф}$) приймаються у розмірі 33,2 %;
- відрахування на соціальне страхування – розмірі 1,5 %;
- відрахування до фонду зайнятості – 1,3 %;
- відрахування до фонду від нещасних випадків – 2,57 %.

Відрахування на соціальні заходи у сумі становлять 38,57 % і визначаються за формулою:

$$Z_{соц} = (Z_o + Z_d) \cdot 0,3857. \quad (10)$$

6 Витрати на утримання і експлуатацію обладнання, ВУЕО

У контрольній роботі розподіляються на собівартість пропорційно основній заробітній платі. У контрольній роботі величину цих витрат варто взяти 300 % від Z_o .

$$ВУЕО = Z_o \cdot 3. \quad (11)$$

7. Загальновиробничі витрати, ЗВВ

Розподіляються на собівартість пропорційно основній заробітній платі. У контрольній роботі величину цих витрат варто взяти 200 % від Z_o .

$$ЗВВ = Z_o \cdot 2. \quad (12)$$

8. Втрати від браку

Втрати від браку продукції можна прийняти 2 % від суми попередніх статей витрат.

9. *Інші виробничі витрати*

Інші виробничі витрати можна прийняти 2,5 % від суми попередніх статей витрат.

10. *Виробнича собівартість, $C_{\text{вир}}$*

Являє собою суму витрат за статтями 1–9.

11. *Адміністративні витрати, A_v*

Приймаються на рівні 20 % від виробничої собівартості.

$$A_v = C_{\text{пр}} \cdot 0,2. \quad (13)$$

12. *Витрати на збут, $B_{\text{сб}}$, розраховуються на одну штуку*

13. *Повна собівартість, $C_{\text{п}}$*

Повна собівартість визначається шляхом додання до виробничої собівартості адміністративних витрат і витрат на збут.

$$C_{\text{п}} = C_{\text{вир}} + A_v + B_{\text{сб}} \quad (14)$$

14. *Прибуток, Пр*

$$\text{Пр} = C_{\text{п}} \cdot H_{\text{пр}}, \quad (15)$$

де $H_{\text{пр}}$ – нормативний прибуток.

15. *Ціна підприємства (оптова ціна), $\text{Ц}_{\text{опт}}$*

Визначається як сума повної собівартості й прибутку

$$\text{Ц}_{\text{опт}} = C_{\text{п}} + \text{Пр} \quad (16)$$

16. *Податок на додану вартість, ПДВ*

Податок на додану вартість на розглянуту продукцію відповідно до законодавства України становить 20 %:

$$\text{ПДВ} = \text{Ц}_{\text{пр}} \cdot 0,2. \quad (17)$$

17. *Ціна реалізації (роздрібна ціна), $\text{Ц}_{\text{р}}$*

Ціна реалізації виробу розраховується як:

$$Ц_p = Ц_{\text{опт}} + \text{ПДВ} = C_{\text{п}} + \text{Пр} + \text{ПДВ}. \quad (18)$$

Задача 3. Маржинальний прибуток

Підприємство виробляє та продає одночасно два товари А і Б. Дані про обсяги продажу, ціни та витрати наведено у табл.4.

Таблиця 4 – Дані обсягу продажу, ціни та витрат

Показники	Товар А	Товар Б
Обсяг продажу за місяць, шт.	6000	4000
Ціна реалізації, грн	96	132
Змінні витрати на одиницю товару, грн:		
– сировина та матеріали	40	55
– заробітна плата	24	31
– змінні виробничі накладні витрати	16	21
Постійні витрати за місяць, тис. грн:		
– адміністративні	29	
– виробничі	66	
– збутові	33	

Визначити:

1. Розмір прибутку, що отримує підприємство за місяць.
2. Середній розмір покриття (маржинальний прибуток МПр) для кожного товару.
3. Коефіцієнт покриття (маржинального прибутку МПр) для кожного товару.
4. Розмір прибутку, який отримає підприємство, якщо воно збільшить продаж товару А до 7000 шт., а товару Б – до 4500 шт.

Рекомендації до розв'язування

Показники	А	В	Сума А і В
1. Виторг від реалізації, тис. грн	$96 \cdot 6000 = 576$	$132 \cdot 4000 = 528$	1104
2. Змінні витрати на одиницю, грн	80	107	
3. Змінні витрати на весь обсяг, тис. грн	$80 \cdot 6000 = 480$	428	908
4. Витрати постійні, тис. грн	128		
5. Прибуток (1–3–4), тис. грн	$1104 - 908 - 128 = 68$		
6. МПр (1–3), тис. грн	96	100	
7. КтМПр, %	16,7	18,9	
8. МПр _{уд}	$96 - 80 = 16$	25	

Розмір прибутку, який отримає підприємство, якщо воно збільшить продаж товару А до 7000 шт., а товару Б – до 4500 шт.

1. $МПр_A = 16 \times 7000 = 112000$ грн.
2. $МПр_B = 25 \times 4500 = 112500$ грн.
3. $МПр_A + МПр_B = 224500$ грн.
4. $Пр = 224500 - 128000 = 96500$ грн.

ВАРІАНТИ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

Варіант 1

1. Сутність і роль цінової політики у сучасній економіці.
2. Цінова еластичність попиту.
3. Задача.

Визначити відпускну ціну машини, якщо відомі такі витрати

№ з/п	Витрати		
1	Основні матеріали	грн	1230
2	Покупні н/ф	грн	70
3	Зворотні відходи	%	2
4	Трудомісткість виготовлення машини	н-г	190
5	Середній розряд робіт		3,3
6	Витрати на утримання і експлуатацію обладнання	%	120
7	Загальновиробничі витрати	%	80
8	Втрати від браку	%	2
9	Інші витрати	%	1
10	Адміністративні витрати	%	19
11	Витрати на збут	грн	560
	При реалізації	шт.	45
12	Нормативний прибуток	%	15

Варіант 2

1. Ціноутворення на ринках різних типів.
2. Зміст маркетингових досліджень при встановленні цін на товари.
3. Задача.

Підприємство виробляє та продає одночасно два товари А і Б. Дані про обсяги продажу, ціни та витрати наведено у табл. 1.

Таблиця 1 – Дані обсягу продажу, ціни та витрат

Показники	Товар А	Товар Б
Обсяг продажу за місяць, шт.	6000	4000
Ціна реалізації, грн	63	101
Змінні витрати на одиницю товару, грн:		
– сировина та матеріали	11	46
– заробітна плата	24	31
– змінні виробничі накладні витрати	16	21
Постійні витрати за місяць, тис. грн:		
– адміністративні	29	
– виробничі	61	
– збутові	33	

Визначити:

1. Розмір прибутку, що отримує підприємство за місяць.
2. Середній розмір покриття (маржинальний прибуток МПр) для кожного товару.
3. Коефіцієнт покриття (маржинального прибутку МПр) для кожного товару.
4. Розмір прибутку, який отримає підприємство, якщо воно збільшить продаж товару А до 7000 шт., а товару Б – до 4500шт.

Варіант 3

1. Ціноутворення на різних етапах життєвого циклу товару.
2. Загальні цілі цінових стратегій.
3. За вихідними даними, що подаються у табл. 2, необхідно визначити:
 - прибуток підприємства від реалізації одиниці продукції;
 - гуртову ціну підприємства;
 - відпускну ціну підприємства (з ПДВ);
 - націнку гуртового посередника;
 - відпускну ціну гуртового посередника;
 - націнку роздрібного посередника;

- роздрібну ціну;
- структуру роздрібною ціни;
- суму ПДВ, яку сплачує у бюджет кожен з учасників каналу збуту.

Таблиця 2 – Вихідні дані до задачі

Показники	Значення
1. Повна собівартість одиниці продукції, грн	190
2. Рентабельність, %	11
3. Акциз, грн	25
4. ПДВ, %	20
5. Націнка гуртового посередника до відпускної ціни підприємства, %	25
6. Націнка роздрібного посередника до відпускної ціни гуртового посередника, %	13

Варіант 4

1. Система цін та класифікація цін.
2. Гнучкі цінові стратегії.
3. Задача.

Визначити відпускну ціну машини, якщо відомі такі витрати

№ з/п	Витрати		
1	Основні матеріали	грн	4200
2	Покупні н/ф	грн	670
3	Зворотні відходи	%	2
4	Трудомісткість виготовлення машини	н-г	400
5	Середній розряд робіт		3,3
6	Витрати на утримання і експлуатацію обладнання	%	130
7	Загальновиробничі витрати	%	90
8	Втрати від браку	%	2
9	Інші витрати	%	1
10	Адміністративні витрати	%	26
11	Витрати на збут	грн	938
	При реалізації	шт.	98
12	Нормативний прибуток	%	27,8

Варіант 5

1. Класифікація цін залежно від порядку відшкодування споживачем транспортних витрат з доставки вантажів.
2. Стратегії зниження ціни.

3. Задача.

Підприємство виробляє та продає одночасно два товари А і Б. Дані про обсяги продажу, ціни та витрати наведено у табл. 3

Таблиця 3 – Дані обсягу продажу, ціни та витрат

Показники	Товар А	Товар Б
Обсяг продажу за місяць, шт.	6000	4000
Ціна реалізації, грн	64	102
Змінні витрати на одиницю товару, грн:		
– сировина та матеріали	32	47
– заробітна плата	25	32
– змінні виробничі накладні витрати	17	22
Постійні витрати за місяць, тис. грн:		
– адміністративні	30	
– виробничі	62	
– збутові	34	

Визначити:

1. Розмір прибутку, що отримує підприємство за місяць.
2. Середній розмір покриття (маржинальний прибуток МПр) для кожного товару.
3. Коефіцієнт покриття (маржинального прибутку МПр) для кожного товару.
4. Розмір прибутку, який отримає підприємство, якщо воно збільшить продаж товару А до 7000 шт., а товару Б – до 4500 шт.

Варіант 6

1. Фактори маркетингового ціноутворення.
2. Цінове лідерство.
3. Задача.

За вихідними даними, що подаються у табл. 4, необхідно визначити:

- прибуток підприємства від реалізації одиниці продукції;
- гуртову ціну підприємства;
- відпускну ціну підприємства (з ПДВ);
- націнку гуртового посередника;
- відпускну ціну гуртового посередника;

- націнку роздрібного посередника;
- роздрібну ціну;
- структуру роздрібної ціни;
- суму ПДВ, яку сплачує у бюджет кожен з учасників каналу збуту.

Таблиця 4 – Вихідні дані до задачі

Показники	Значення
1. Повна собівартість одиниці продукції, грн	260
2. Рентабельність, %	15
3. Акциз, грн	28
4. ПДВ, %	20
5. Націнка гуртового посередника до відпускної ціни підприємства, %	25
6. Націнка роздрібного посередника до відпускної ціни гуртового посередника, %	13

Варіант 7

1. Витратний метод ціноутворення.
2. Цінові стратегії для нових товарів.
3. Задача.

Підприємство виробляє та продає одночасно два товари А і Б. Дані про обсяг продажу, ціни та витрати наведено у табл.5.

Таблиця 5 – Дані обсягу продажу, ціни та витрат

Показники	Товар А	Товар Б
Обсяг продажу за місяць, шт.	6000	4000
Ціна реалізації, грн	111	147
Змінні витрати на одиницю товару, грн:		
– сировина та матеріали	36	47
– заробітна плата	29	40
– змінні виробничі накладні витрати	18	32
Постійні витрати за місяць, тис. грн:		
– адміністративні	35	
– виробничі	63	
– збутові	24	

Визначити:

1. Розмір прибутку, що отримує підприємство за місяць.

2. Середній розмір покриття (маржинальний прибуток МПр) для кожного товару.

3. Коефіцієнт покриття (маржинального прибутку МПр) для кожного товару.

4. Розмір прибутку, який отримає підприємство, якщо воно збільшить продаж товару А до 7000 шт., а товару Б – до 4500 шт.

Варіант 8

1. Визначення ціни, орієнтованої на споживача.

2. Установлення ціни в рамках «товарної лінії».

3. Задача.

Визначити відпускну ціну машини, якщо відомі такі витрати

№ з/п	Витрати		
1	Основні матеріали	грн	5700
2	Покупні н/ф	грн	120
3	Зворотні відходи	%	2
4	Трудомісткість виготовлення машини	н-г	290
5	Середній розряд робіт		3,3
6	Витрати на утримання і експлуатацію обладнання	%	180
7	Загальновиробничі витрати	%	97
8	Втрати від браку	%	2
9	Інші витрати	%	1
10	Адміністративні витрати	%	17,6
11	Витрати на збут	грн	2310
	При реалізації	шт.	790
12	Нормативний прибуток	%	30

Варіант 9

1. Визначення ціни, орієнтованої на конкуренцію.

2. Етапи розроблення цінової стратегії.

3. Задача.

За вихідними даними, що подаються у табл. 6, необхідно визначити:

- прибуток підприємства від реалізації одиниці продукції;
- гуртову ціну підприємства;
- відпускну ціну підприємства (з ПДВ);
- націнку гуртового посередника;

- відпускну ціну гуртового посередника;
- націнку роздрібного посередника;
- роздрібну ціну;
- структуру роздрібної ціни;
- суму ПДВ, яку сплачує у бюджет кожен з учасників каналу збуту.

Таблиця 6 – Вихідні дані до задачі

Показники	Значення
1. Повна собівартість одиниці продукції, грн.	180
2. Рентабельність, %	19
3. Акциз, грн.	26
4. ПДВ, %	20
5. Націнка гуртового посередника до відпускну ціни підприємства, %	30
6. Націнка роздрібного посередника до відпускну ціни гуртового посередника, %	15

Варіант 10

1. Встановлення цін за географічною ознакою.
2. Сутність ризику в ціноутворенні.
3. Задача.

Підприємство виробляє та продає одночасно два товари А і Б. Дані про обсяги продажу, ціни та витрати наведено у табл.7

Таблиця 7 – Дані обсягу продажу, ціни та витрат

Показники	Товар А	Товар Б
Обсяг продажу за місяць, шт.	6000	4000
Ціна реалізації, грн	115	128
Змінні витрати на одиницю товару, грн:		
– сировина та матеріали	37	45
– заробітна плата	24	23
– змінні виробничі накладні витрати	10	26
Постійні витрати за місяць, тис. грн:		
– адміністративні	22	
– виробничі	51	
– збутові	16	

Визначити:

1. Розмір прибутку, що отримує підприємство за місяць.

2. Середній розмір покриття (маржинальний прибуток МПр) для кожного товару.

3. Коефіцієнт покриття (маржинального прибутку МПр) для кожного товару.

4. Розмір прибутку, який отримає підприємство, якщо воно збільшить продаж товару А до 7000 шт., а товару Б – до 4500 шт.

Варіант 11

1. Методи непрямого маркетингового ціноутворення.

2. Державне регулювання процесів ціноутворення в Україні.

3. Задача.

Визначити відпускну ціну машини, якщо відомі такі витрати

№ з/п	Витрати		
1	Основні матеріали	грн	3450
2	Покупні н/ф	грн	340
3	Зворотні відходи	%	2
4	Трудомісткість виготовлення машини	н-г	230
5	Середній розряд робіт		3,3
6	Витрати на утримання і експлуатацію обладнання	%	150
7	Загальновиробничі витрати	%	109
8	Втрати від браку	%	2
9	Інші витрати	%	1
10	Адміністративні витрати	%	21
11	Витрати на збут	грн	1250
	При реалізації	шт.	560
12	Нормативний прибуток	%	23,5

Варіант 12

1. Психологічне сприйняття ціни.

2. Диференціація цін відповідно до сфери товарного обігу.

3. Задача.

За вихідними даними, що подаються у табл.8, необхідно визначити:

- прибуток підприємства від реалізації одиниці продукції;
- гуртову ціну підприємства;
- відпускну ціну підприємства (з ПДВ);
- націнку гуртового посередника;

- відпускну ціну гуртового посередника;
- націнку роздрібного посередника;
- роздрібну ціну;
- структуру роздрібної ціни;
- суму ПДВ, яку сплачує у бюджет кожен з учасників каналу збуту.

Таблиця 8 – Вихідні дані до задачі

Показники	Значення
1. Повна собівартість одиниці продукції, грн	140
2. Рентабельність, %	15
3. Акциз, грн	25
4. ПДВ, %	20
5. Націнка гуртового посередника до відпускну ціни підприємства, %	15
6. Націнка роздрібного посередника до відпускну ціни гуртового посередника, %	15

Варіант 13

1. Основні принципи формування цінової політики.
2. Відмітна риса маркетингового підходу до ціноутворення.
3. Задача.

Підприємство виробляє та продає одночасно два товари А і Б. Дані про обсяги продажу, ціни та витрати наведено в табл. 9

Таблиця 9 – Дані обсягу продажу, ціни та витрат

Показники	Товар А	Товар Б
Обсяг продажу за місяць, шт.	6000	4000
Ціна реалізації, грн	113	145
Змінні витрати на одиницю товару, грн:		
– сировина та матеріали	38	41
– заробітна плата	28	42
– змінні виробничі накладні витрати	11	34
Постійні витрати за місяць, тис. грн:		
– адміністративні	18	
– виробничі	49	
– збутові	19	

Визначити:

1. Розмір прибутку, що отримує підприємство за місяць.

2. Середній розмір покриття (маржинальний прибуток МПр) для кожного товару.
3. Коефіцієнт покриття (маржинального прибутку МПр) для кожного товару.
4. Розмір прибутку, який отримає підприємство, якщо воно збільшить продаж товару А до 7000 шт., а товару Б – до 4500 шт.

Варіант 14

1. Особливості дослідження ринкової кон'юнктури у ціноутворенні.
2. Тендерне ціноутворення.
3. Задача.

Визначити відпускну ціну машини, якщо відомі такі витрати

№ з/п	Витрати		
1	Основні матеріали	грн	1450
2	Покупні н/ф	грн	140
3	Зворотні відходи	%	2
4	Трудомісткість виготовлення машини	н-г	130
5	Середній розряд робіт		3,3
6	Витрати на утримання і експлуатацію обладнання	%	120
7	Загальновиробничі витрати	%	97
8	Втрати від браку	%	2
9	Інші витрати	%	1
10	Адміністративні витрати	%	20
11	Витрати на збут	грн	2150
	При реалізації	шт.	650
12	Нормативний прибуток	%	21,5

Варіант 15

1. Витратний метод ціноутворення.
2. Цінове лідерство.
3. Задача.

Підприємство виробляє та продає одночасно два товари А і Б. Дані про обсяги продажу, ціни та витрати наведено у табл. 10

Таблиця 10 – Дані обсягу продажу, ціни та витрат

Показники	Товар А	Товар Б
Обсяг продажу за місяць, шт.	6000	4000
Ціна реалізації, грн	56	94
Змінні витрати на одиницю товару, грн:		
– сировина та матеріали	24	39
– заробітна плата	18	24
– змінні виробничі накладні витрати	9	14
Постійні витрати за місяць, тис. грн:		
– адміністративні	22	
– виробничі	54	
– збутові	26	

Визначити:

1. Розмір прибутку, що отримує підприємство за місяць.
2. Середній розмір покриття (маржинальний прибуток МПр) для кожного товару.
3. Коефіцієнт покриття (маржинального прибутку МПр) для кожного товару.
4. Розмір прибутку, який отримає підприємство, якщо воно збільшить продаж товару А до 7000 шт., а товару Б – до 4500 шт.

ДОДАТОК 1

Приклад оформлення титульного аркуша

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
„ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ“

Кафедра економіки і маркетингу

КОНТРОЛЬНА РОБОТА

з курсу „Маркетингова цінова політика”

Варіант №_

Виконав(ла):
студент (ка)_____ курсу
групи _____
Залікова книжка №_____
ПІБ _____
Дата виконання контрольної
роботи _____

Перевірив: _____

Харків 2014

Список літератури

1. Академия рынка: маркетинг / пер. с франц. А. Дайан, Ф. Букерен и др. – М. : Экономика, 1993 – 574 с.
2. Азарян Е.М. Международный маркетинг / Е.М. Азарян. – Х. : НВФ, Студцентр, 2001. – 202 с.
3. Ансофф И. Стратегическое управление / И.Ансофф. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.
4. Виханский О.С. Стратегическое управление / О.С.Виханский. – М. : Гардарики, 1999. – 296 с.
5. Герасименко В.В. Ценовая политика / В.В. Герасименко. – М. : Финстатинформ, 1995. – 192 с.
6. Дж. Эванс. Маркетинг / Дж. Эванс, Б. Берман. – М. : Экономика, 1993. – 335 с.
7. Дугіна С.І. Маркетингова цінова політика / С.І. Дугіна. – К. : КНЕУ, 2005. – 393 с.
8. Есипов В.Е. Цены и ценообразование: учебник / под. ред. В.Е. Есипов 4-е изд. – СПб. : Питер, 2007. – 560 с.
9. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика / В.Я.Кардаш. – К. : КНЕУ, 1997. – 156 с.
10. Ковалев В. Введение в финансовый менеджмент / В.Ковалев. – М. : Финансы и статистика, 1999. – 768 с.
11. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф.Котлер. – М. : Прогресс, 1990. – 736 с.
12. Липсиц Н.В. Коммерческое ценообразование: учебник. Сборник деловых ситуаций. Тесты / Н.В. Липсиц – М. : Век, 2001. – 557 с.
13. Мак-Дональд М. Стратегическое управление маркетингом / М. Мак-Дональд. – СПб. : Питер, 2000. – 320 с.
14. Ноздрева Р.Б. Маркетинг / Р.Б. Ноздрева, В.Ю. Гречков. – М. : Юристъ, 2000. – 568 с.
15. Николайчук В.Е., Белявцев М.И. Промышленный маркетинг. – Донецк: ООО ПФК НЗЗ «БАО», 2004. – 284 с.
16. Перерва П.Г. Маркетинг машиностроительной продукции / П.Г.Перерва, Н.И. Погорелов. – К. : 1997. – 176 с.
17. Слепцов В.А. Основы теории ценообразования / В.А. Слепцов, Б.В. Слепов – М.: Наука, 1992. – 235 с.

18. Слепнева Т.А. Цены и ценообразование: учеб. пособ. / Т.А. Слепнева, Е.В. Ярцев. – М. : Инфра-М, 2001. – 200 с.
19. Томас Т. Стратегия и тактика ценообразования / Т.Томас.– СПб. : Питер, 2001. – 543 с.
20. Уткин Э.Л. Цены, ценообразование. Ценовая политика / Э.Л. Уткин. – учебник. – М. : Тандем, 1997. – 222 с.
21. Цены и ценообразование: учеб. для вузов / под ред. К.И. Салимжанова. – М. : ЗАО «Финстатинформ», 1999. – 304 с.
22. Цацулин Л.Н. Ценообразование в системе маркетинга / Л.Н. Цацулин. – М.: ИИД «Филинь», 2000. – 296 с.
23. Экономика предприятия: учебник / под ред. О.И. Волкова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 520 с.

ЗМІСТ

Вступ	3
Загальні положення.....	4
Оформлення контрольної роботи.....	4
Приклади розв'язання задач.....	4
Варіанти контрольних робіт.....	13
Додаток 1	24
Список літератури	26

Навчальне видання

Методичні вказівки
до виконання контрольних робіт з курсу
«Маркетингова цінова політика»
для студентів економічного факультету
напрямку підготовки 6.030507 Маркетинг
заочної форми навчання

Укладач КІТЧЕНКО Олена Миколаївна

Роботу до видання рекомендував М. І. Погорєлов

Відповідальний за випуск А. І. Яковлєв

Редактор Н. В. Верстюк

План 2014, поз. 200

Підп. до друку 21.11. 2014р. Формат 60x84 1/16. Папір офсетний.
Друк – ризографія. Гарнітура Times New Roman. Ум. друк. арк. 1,7
Наклад 50 пр. Зам. № Ціна договірна

Видавничий центр НТУ «ХПІ», 61002, м. Харків, вул. Фрунзе, 21
Свідоцтво про державну реєстрацію ДК № 3657 від 24.12.2009 р.
61002, Харків, вул. Фрунзе, 21.
